湖南汽车工程职业学院
HUNAN AUTOMOTIVE ENGINEERING VOCATIONAL COLLEGE

市场营销专业人才培养方案

专业名称：市场营销

专业代码：630701

适用年级：2020 级

专业负责人：岳伟

制订时间：2020.6

编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由湖南汽车工程职业学院市场营销专业教研室与株洲长河科技有限公司等企业共同制订，并经专业群建设指导委员会审定、学院批准实施。

主要编制人：

湖南汽车工程职业学院：　岳 伟　　副教授

湖南汽车工程职业学院：　吴小平　教　授

湖南汽车工程职业学院：　邓仕燕　副教授

湖南汽车工程职业学院：　张世海　副教授

湖南汽车工程职业学院：　谭亲强　讲　师

湖南汽车工程职业学院：　沈　杰　讲　师

长河科技有限公司：　　汤　明　营销总监

湖南大匠风建筑科技材料有限公司：　胡小龙　总经理

株洲星启点模特培训有限公司：　　张中桓　总经理

湖南数魔网络科技有限公司：　　李思思　　技术工程师

湖南汽车工程职业学院专业人才培养方案论证表

专业代码	630701	专业名称	市场营销
适用年级	2020 级	专业所在学院	商务贸易学院

论证专家（专业建设指导委员会成员）

序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	吴小平	湖南汽车工程职业学院	教授/商务贸易学院院长	吴小平
2	徐金鸿	湖南华逸信息技术有限公司	总经理/技术工程师	徐金鸿
3	杨宇	南京世格软件有限责任公司	区域总监	杨宇
4	于静月	中教畅享（北京）科技有限公司	区域营销总监	于静月
5	郭峰	深圳市财盈通科技有限公司	营销总监/高级经济师	郭峰

专家论证意见

市场营销专业人才培养方案总体思路清晰，设计科学合理，专业定位准确，培养目标明确，内容全面完整，具有可操作性。注重学生职业道德素质培养，以岗位职业能力为依据，进行了课程内容整合，使专业基础与专业课程模块化，课程设置合理，专业核心课程定位准确，实践性教学学时占总学时数 50%以上，教学内容突出应用性、实践性原则，注重高素质技术技能型人才的培养。

建议将产品推销综合实训改为大客户营销实训，多维度对学生进行技能训练，增加数字媒体营销相关课程内容，如客户服务与管理课程增加数字化客户管理、数字化互动、数字化沟通交流内容等

评审组长签字：徐金鸿　　2020 年 8 月 14 日

专家论证结论

☑ 论证通过

口 修改后通过

口 不通过

2020 级专业人才培养方案审核表

2020 级专业人才培养方案制订与审核表

专业名称	市场营销
专业代码	630701
本专业建设委员会	本方案在多方调研的基础上进一步明确了职业面向，对职业能力进行了较好的分析。在准确定位培养目标和规格的基础上对课程设置进行了较好的梳理，在课时设置方面提高了实践环节的比重，更加符合实用型人才培养和需要。 签名：[illegible] 2020 年 6 月 26 日
二级学院人才培养方案论证会	本方案论证邀请了用友新道、湖南华盛等企业的专家在线指导，从专业人才的培养目标定位和课程设置等方面进行了很好的指导和把关。专业负责人根据专家的建议对方案进行进一步修改和完善。 签名：[illegible] 2020 年 6 月 30 日
学校教学指导（专业建设）委员会	同意论证意见。建议进一步优化教学团队，健全校企合作机制，改革培养模式，提高培养质量。 签名：[illegible] 2020年 7月5 日
学校党委会议审定	同意实施 签名（盖章）：[illegible] 2020年 7月8日
备　注	

目　录

一、专业名称及代码.....1
（一）专业名称.....1
（二）专业代码.....1
二、入学要求.....1
三、修业年限.....1
四、　职业面向.....1
五、培养目标与培养规格.....2
（一）培养目标.....2
（二）培养规格.....2
六、课程设置及要求.....5
（一）课程结构图.....5
（二）公共基础课程设置及要求.....5
（三）专业课程设置及要求.....14
七、教学进程总体安排.....30
（一）总体安排.....30
（二）学时与学分分配.....34
八、实施保障.....34
（一）师资队伍.....34
（二）教学设施.....35
（三）教学资源.....37
（四）教学方法.....37
（五）学习评价.....38
（六）质量管理.....39
九、毕业要求.....40
十、附录.....40
附件 1 公共基础任选课程一览表.....40
附件 2 人才培养方案变更审批表.....40

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

（一）专业名称

市场营销

（二）专业代码

630701

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限为三年，实施弹性学制修业年限不超过 5 年。

四、职业面向

职业面向如表 1 所示。

表 1　职业面向一览表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要技术领域举例	职业技能等级证书
财经商贸大类 63	财经大类 6307	批发业 （51） 零售业 （52）	营销员 （4-01-02-01） 推销员 （4-01-02-99） 商品营业员 （4-01-02-03）	销售代表 策划专员 市场督导 新媒体营销专员 主管销售 主管 区域经理	营销师助理 1+X 数字营销

注：

（1）对应行业（代码）：依据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2017）

（2）主要职业类别（代码）：依据《中华人民共和国职业分类大典》（2015 版）

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，具有诚信、合作、敬业、创新创业基本素养和数字营销素养，具有一定的科学文化水平、吃苦耐劳、工匠精神、较强的就业创业能力和可持续发展的能力；面向批发业、零售业、互联网和相关服务业、商务服务业等行业，掌握市场营销职业岗位（群）所需的基本知识，具备较强的终端导购、现代推销、渠道管理、营销策划、网络营销等主要技术技能，能够胜任销售专员、客服专员、新媒体营销专员等岗位，毕业 3-5 年，能够胜任小微商业企业市场主管、市场经理、销售主管、销售经理等岗位工作的高素质技术技能人才；同时部分学生能够进行自主创业的复合型营销人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求：

1.素质

Q1：坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

Q2：崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

Q3：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

Q4：勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

Q5：具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

Q6：具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

Q7：具有活跃创新的市场管理思维，保持营销新技术新方法学习意识。

Q8：理解信息社会特征，自觉遵循信息社会规范，在数字化学习与创新过程中形成对人与世界的多元理解力，负责、有效地参与到社会共同体中，成为数字

化时代的合格中国公民。

Q9：与同行保持良好的合作关系，相互尊重，具有较强的集体意识、团队合作和沟通能力。

Q10：具有任劳任怨、精益求精、无私奉献的骆驼精神。

2．知识

K1:掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

K2：熟悉与本专业相关的英语、数学、信息技术等基本知识。

K3：掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

K4：掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

K5：掌握市场营销 STP/4P/4C 等专业知识与营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

K6:掌握推销与商务谈判的原则、方法和技巧。

K7:掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

K8:掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

K9:熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

K10:熟练掌握 WORD/EXCEL/PPT 基础知识，会制作最基本的文档、表格和幻灯片。

K11:学习利用新零售渠道知识来选择与分析如何将商品从市场上快速推向零售终端操作技能。

K12:熟悉搜索引擎的应用了解电子支付、网上银行、手机支付等支付相关技术会进行支付平台选择与体验；了解网站基础知识熟悉网页设计与制作的工具和网站构建流程。

K13:塑造职业形象、掌握商务社交礼仪等基本技能。

K14:掌握经济学基本概念、理论、方法和经济学分析工具。

K15:掌握沟通的方法和技巧，能进行行业沟通。

K16:掌握跨境电商平台分析方法、热门关键词及爆款选品，熟知各大平台的

运营规则及运营等相关知识了熟悉跨境电商客户纠纷处理的技能要点及工作流程。

K17:掌握服务质量的测定和服务问题处理方法。

K18：掌握新媒体的最新动态，熟悉新媒体营销的图文和短视频制作与推广，熟悉新媒体直播的知识点

3．能力

A1：具有计算机基本操作能力。

A2：具备对新知识、新技能的自主学习能力。

A3：具备较强的观察、分析判断与信息处理能力。

A4：具备一定的创造性思维，较强的创新创业能力。

A5：具有良好的身体素质和健康的心理素质。

A6：具有熟练的计算机应用和实际操作能力。

A7：具备较强的法律意识，遵守行业基本法律法规。

A8：具备较好的职业道德素质；具备一定的决策能力。

A9：具有市场开拓所需要的信息收集能力。

A10:具备营销大数据分析判断能力。

A11:具备产品市场推广和品牌运营能力。

A12:具备营销活动策划、营销活动组织的能力。

A13:具备广告策划和产品广告展示评判的能力。

A14:具备营销渠道构建和管理能力。

A15:具备图文编辑和短视频拍摄的相关能力,并能利用新媒体进行产品和品牌推广以及与消费者的交流。

A16 具备客户服务，提升客户满意度的能力。

A17:具备与各部门沟通协调能力。

A18:掌握企业各种应用文体写作基本能力。

A19:能运用知识分析现实经济问题。

A20:具有团队合作意识，掌握团队管理的基本能力。

A21：具有品牌意识，掌握品牌与营销环境的关系，具备一定的品牌定位和推广能力。

六、课程设置及要求

（一）课程结构图

（二）公共基础课程设置及要求

表 2　主要公共基础课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	思想道德修养与法律基础	课程目标	【知识目标】1.掌握辩证唯物主义和历史唯物主义世界观和方法论；2.理解并掌握正确的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观。 【能力目标】能够运用马克思主义的立场观点方法认识、分析和解决问题。	56	Q1 Q3 Q4

			【素质目标】1.具备道德意识和职业素养；2.具备法治素养和社会服务意识。		Q5 K1 A7 A8
		主要内容	1.时代新人要以民族复兴为己任；人生的青春之问；坚定理想信念。 2.弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观。 3.明大德守公德严私德；尊法学法守法用法。		
		教学要求	1.教师必须拥护中国共产党的领导，坚持正确的政治方向，坚定马克思主义信仰，树立“四个意识”，坚定“四个自信”。 2.采用“理论+实践”的教学模式，采取任务驱动、案例教学的方法组织教学，使用在线开放课程辅助教学。 3.采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。		
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	课程目标	【知识目标】掌握毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、历史地位和意义。 【能力目标】坚持理论联系实际，能够运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题和解决问题。 【素质目标】1.热爱祖国，拥护中国共产党的领导，树立马克思主义信仰。2.坚定中国特色社会主义的道路自信、制度自信、理论自信和文化自信。	64	Q1 Q2 Q8 K1 A3 A4 A5
		主要内容	1.马克思主义中国化及其理论成果；毛泽东思想及其历史地位。 2.新民主主义革命理论；社会主义改造理论；社会主义建设道路初步探索的理论成果。 3.邓小平理论；“三个代表”重要思想；科学发展观。 4.习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位；坚持发展中国特色社会主义的总任务。 5.“五位一体”总体布局；“四个全面”战略布局；全面推进国防和军队现代化。 6.中国特色大国外交；坚持和加强党的领导。		
		教学要求	1.教师应按教学大纲规定，全面把握好课程深度、广度、教学进度和教学内容的重点、难点。 2.任课教师要熟练地使用现代化教学手段，以提高教学效率。 3.应针对不同教学对象和教学内容，不断总结和改进教学方式和方法。尽量采用启发式、讨论式、参与式、探究式等多种教学方法进行教学。 4.采用“过程考核+终结性考核”的方式评定成绩。		
3	形势与政策	课程目标	【知识目标】1.全面认识党和国家面临的形势和任务；2.准确理解党的路线、方针和政策；3.掌握党的理论创新最新成果。 【能力目标】1.能全面思考、理性分析时事热点；2.能自觉抵制各种不良思潮和舆论的影响，能够与党、政府保持高度一致。	40	Q1 Q2 Q3 Q5

			【素质目标】1.养成关心国内外时事的习惯；2.具有民族自信心和自豪感。		Q7 Q8 Q9 K1 A2 A3 A8
		主要内容	1.改革开放、朝鲜局势、中美关系、南海问题、反腐倡廉、一带一路。 2.数字经济、美丽中国、国际形势、周边关系、中日关系、两会汇报。 3.乡村振兴、台湾问题、经济全球化、命运共同体。		
		教学要求	1.本课程分专题来讲授。每讲均要求学生积极、主动思考，认真听讲，课下吸收并运用。学生在校期间每期开设 8 课时，其中第五学期主要是讲座形式。 2.任课教师平时要关注国际国内大事，关心国家大政方针，积极主动参加相关理论培训。 3.考核要求：以考试方式结业，考核分比例：平时表现 60%，期末考试 40%。（平时表现包括出勤、新闻作业、课堂表现、社会调查、课外讨论、智课堂学习、参观考察等）。		
4	心理健康教育	课程目标	【知识目标】1.了解心理健康的标准及意义；2.了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现；3.掌握自我调适的基本知识。 【能力目标】具备一定的学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能。 【素质目标】1.树立心理健康发展的自主意识；2.树立助人自助求助的意识；3.具备健康的心理品质。	32	Q2 Q3 Q4 Q5 Q8 Q9 Q10 K1 K17 A5 A4
		主要内容	1.大学生生涯发展、大学生自我意识、大学生人格培养、大学生学习与创造。 2.大学生情绪管理、大学生压力与挫折应对、大学生人际交往、大学生恋爱与性心理。 3.大学生常见精神障碍的求助与防治、大学生生命教育与心理危机应对。		
		教学要求	1.要求教师具有心理咨询相关专业知识和工作经验。 2.采用以理论教学为主导，实践教学为拓展，理论与实践相结合的方式进行教学。 3.使用在线开放课程辅助教学。 4.本课程以考查方式结业，考核分比例：平时表现 60%，期末考查 40%。（平时表现包括出勤、作业、课堂表现、智课堂学习等；期末考查主要以心理活动为主）		
5	体育	课程目标	【知识目标】掌握 1-2 项体育项目的基础知识；了解常见运动损伤的预防措施与处理方法；掌握体育锻炼的原则与方法。 【能力目标】学会 1-2 项体育项目的基本技术和简单战术；学会运用体育理论知识与运动技能进行安全、科学的身体锻炼；能制定可行的个人锻炼计划。 【素质目标】树立健康意识，养成自觉体育锻炼的良好习	124	Q5 Q8 Q9 K1

			惯；树立竞争意识，保持公平竞争的道德品质；养成吃苦耐劳、顽强拼搏和团队协作精神。		K2 A2 A5
		主要内容	1.田径、体育理论、体质测试、体操、二十四式简化太极拳、篮球、排球、足球。 2.羽毛球、乒乓球、武术（少年拳、剑术）、健美操、网球。		
		教学要求	1.课程教学主要采取讲练式教学、模拟式教学、分组练习教学、多媒体教学法等多种教学手段，以网络资源与现场练习相结合的方式，简化教学重难点，易于学生学习掌握运动技能，从而激发学生的运动热情。 2.要求教师具有扎实的体育专业知识，有体育运动竞赛经验、良好的组织和沟通能力。 3.各个体育项目要有专用教学场地，保证教学效果。 4.本课程的评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价主要通过教学过程中的考勤、课堂练习、实践作业等，占60%；终结性评价包括考核方式为考试（考查）40%。		
6	职业发展与就业指导	课程目标	【知识目标】1.了解职业生涯规划与就业创业的理念和知识；2.知晓常用的求职信息渠道和求职权益保护知识。 【能力目标】1.会运用相关知识进行个人职业规划；2. 能够从多种渠道收集就业信息并完成求职材料制作；3. 掌握求职面试技巧。 【素质目标】具有职业生涯发展的自主意识和把个人发展与国家社会发展相连接的家国意识。	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q10 K2 A4 A3
		主要内容	1.职业生涯教育。 2.职业理想教育。 3.职业生涯规划。		
		教学要求	1.要求教师具有就业指导工作或辅导员工作经验。 2.采用案例教学、任务驱动、现场模拟等方法组织教学。 3.应用多媒体资源、在线开放课程辅助教学。 4.平时考核与期末考核相结合。		
7	国家安全教育	课程目标	【知识目标】重点围绕理解中华民族命运与国家关系，践行总体国家安全观。 【能力目标】能树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。 【素质目标】系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系。	20	Q1 Q2 Q4 Q5 Q8 K1 A2 A3
		主要内容	1.政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全。 2.网络安全、生态安全、资源安全、核安全。 3.海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。		
		教	1.要求教师具备国家安全观强、政治强、情怀深、思维新、		

		学要求	视野广、自律严、人格正的素质。 2.采用讲座、参观、调研、体验式实践等多种教学活动。 3.二级学院根据需要自行设计实践活动方案，提供实践教学场地和相关设施。 4.形成性考核与终结性考核相结合。		A4 A5
8	创业基础	课程目标	1.掌握大学生创业的优惠政策，掌握创业所需的基本知识与技巧。 2.熟悉创业的基本流程和基本方法，具备一定创新创业能力。 3.具备一定的创业意识、团队意识和创新精神。	32	Q2 Q7 Q8 Q9 Q10 K2 K3 K7 K12 A4 A9 A10
		主要内容	1.把握创业机会；组建创业团队；创业资源整合；商业模式设计与创新。 2.制定商业计划书；创业风险识别与管控；新企业创办与管理。		
		教学要求	1.本课程的教学重点为把握创业机会、组建创业团队、创业资源整合、商业模式设计与创新、制定商业计划书、创业风险识别与管控，教学难点为商业计划书的撰写。 2.教师可通过理论讲授、案例分析、分组讨论、任务驱动、演示、实操、体验、启发引导、头脑风暴、创业竞赛活动等教学方法促进教学重难点的理解与掌握。 3.本课程的评价采用过程性评价与终结性评价相结合的形式，过程性评价分别考查学生在课前、课中、课后三环节的学习情况。		
9	军事理论与军事技能	课程目标	【知识目标】了解国防、军事基本知识，增强国防观念和国家安全意识。 【能力目标】熟悉常见军事理论，具备一定的军事技能。 【素质目标】具备基本军事素养、良好组织纪律观念和顽强拼搏的过硬作风；具有坚韧不拔、吃苦耐劳和团结协作的精神。	148	Q1 Q2 Q8 Q10 K1 A2 A3 A4 A5 A7 A8
		主要内容	1.大学生军事课绪论、国防概述、国防类型与基本特征、国防建设、中国国防历史与启示。 2.国防动员、军事思想概述、毛泽东军事思想。		
		教学要求	1.教学要求：本课程针对大学生对我国国防历史和国防建设的现状及其发展趋势，熟悉国防法规和国防政策的基本内容；明确我军的性质、任务和军队建设指导思想，掌握国防建设和国防动员的主要内容，增强依法建设国防的观念。 2.考核评价：本课程的评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价占 60%，主要是线上考勤、讨论互动、作业等；终结性评价占 40%，主要采用期末线上考查。		
10	劳动值	课程	【知识目标】了解劳动重要性、必要性；了解劳动岗位职责要求及安全注意事项。	52	Q1

	周与劳动教育	目标	【能力目标】具备使用常见劳动工具的能力；具备劳动岗位基本操作能力。 【素质目标】形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，体认劳动不分贵贱，热爱劳动，尊重普通劳动者，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。		Q2 Q3 Q5 Q9 Q10 K2 A3 A4 A5
		主要内容	1.劳动纪律教育、劳动安全教育、劳模精神教育、劳模精神教育。 2.工匠精神教育、劳动技能考核。		
		教学要求	1.融入课程思政，把立德树人贯穿课程始终。 2.劳动过程中要求配备老师进行指导。 3.劳动场地无安全隐患。 4.采用过程考核方式进行考核。		
11	大学语文	课程目标	【知识目标】1.掌握基本的文学常识；2.掌握拜访接待等职场礼仪规范；3.掌握日常应用文写作方法要求；4.掌握面试、即兴演讲等口头表达的基本技巧；5.了解中国传统思想文化常识。 【能力目标】1.能在社会交往中熟练运用规范语言进行书面和口头交流，能运用语言技巧化解沟通中的难题；2.能阅读鉴赏文学作品，具有语言审美能力；3.能将传统思想文化精髓落实于工作生活，具有文化传承能力和反思能力。 【素质目标】1.热爱母语，具有规范运用语言交流的自觉性；2.养成阅读习惯，重视精神内涵提升；3.具有民族文化的文化情怀和爱国情怀。	56	Q1 Q2 Q4 Q5 Q6 Q9 K1 A3 A4 A5 A8 A17 A18
		主要内容	1.文化传承（思想成果）。 2.悦读人生（世态百相、爱的喃语、心灵憩园、天赐灵秀）。 3.职场沟通（求职应聘、职场演说、客户沟通、团队沟通、合同洽谈、活动策划）。		
		教学要求	1.教学要求：及时补充和更新资源库内容；督促学生进行线上自学；按课程标准和教学计划开展教学，活动组织有序、有效。客观记录学生课堂表现、作业等学习情况，课程考核有记录、有依据，客观公正合理。 2.学习要求：按照任课教师的要求进行线上自学、自测，梳理难点；课堂认真听课，积极参与活动；认真完成作业及课后拓展任务。 3.教学模式：线上+线下结合的混合教学模式。 4.教学方法：任务驱动法、诵读感悟法、讨论法、情景模拟法等。 5.教学手段：智课堂平台、在线课程资源库、多媒体教学等。 6.考核方式：形成性考核。（线上平台过程数据、课堂表现与线下比赛等学习成果相结合）。		
12	经济应用数学	课程目	【知识目标】1.熟练掌握并会正确使用数学公式和数学方法；2.掌握常用数学思想。 【能力目标】1.能计算：能手工完成简单计算，能应用软	32	Q4 Q7

		标	件完成复杂计算；2.会建模：会将实际问题量化成数学问题，并能用数学知识和方法求解。 【素质目标】1.具备数学思想和方法；2.具备严谨思维、合理推断、准确表达的科学精神；3.养成用数据说话的习惯。4. 形成自我学习能力、创新能力和严谨缜密、科学求实的工作态度。		K2 A2 A3 A4 A8 A10
		主要内容	1.函数和极限。 2.一元函数微分学的计算与应用。 3.一元函数积分学的计算与应用。		
		教学要求	1.教师要以服务学生的专业为出发点，以应用为目的，以必需、够用为度为教学原则，突出数学思想的渗透，拓宽学生学习渠道和方法，达到学生能够自主学习的目的。 2.采用“理论+实践”的教学模式。 3.采取任务引导、案例导向以及讲练结合的教学的方法组织教学。 4.使用信息化教学资源、在线开放课程辅助教学。 5.采用“过程考核+终结性考试”的方式评定成绩。		
13	公共英语	课程目标	【知识目标】1.熟悉日常常用英语词汇；2.掌握社会交际、工作、生活、学习中常见主题的常用英语表达； 【能力目标】1. 职场涉外沟通目标：能够有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。在沟通中善于倾听与协商，尊重他人，具有同理心与同情心；践行爱国、敬业、诚信、友善等价值观。2. 多元文化交流目标：能够通过英语学习获得多元文化知识，理解文化内涵，汲取文化精华，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，形成正确的世界观、人生观、价值观。 【素质目标】1.语言思维提升目标：能够辨析语言和文化中的具体现象，辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平。2.自主学习完善目标：认识英语学习的意义，树立正确的英语学习观，具有明确的英语学习目标，能根据升学、就业等需要，采取恰当的方式方法，运用英语进行终身学习。	120	Q1 Q2 Q4 Q8 Q9 K2 A2 A3 A4 A5 A8 A18
		主要内容	1. 主题类别包括职业与个人、职业与社会和职业与环境三个方面。 2. 语篇类型包括应用文、说明文、记叙文、议论文等。 3. 语言知识包括词汇、语法、语篇和语用知识。 4. 文化知识涵盖哲学、经济、科技、教育、历史、文学、艺术、社会习俗、地理概况，以及中外职场文化和企业文化等。 5. 职业英语技能包括理解技能、表达技能和互动技能。 6. 语言学习策略包括元认知策略、认知策略、交际策略、情感策略等。		
		教	1. 教师要求：有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有		

		学要求	仁爱之心；有高校教师资格，有英语类相关专业本科及以上学历；有扎实的学科专业知识和学科教学知识；有较强的实践能力、反思能力、信息化教学能力；能够有效实施英语教学，把课程思政的理念贯穿于教学中，开展教学研究。 2.设备要求：为英语课程教学配备必需的设备资源（计算机、互联网、智慧教室、语言实验室等），提供相应的软件、互联网宽带访问等智慧教学环境。 3.教学模式:“线上+线下”混合教学模式。 4. 教学方法:运用多种教学策略和方法，开展各种教学活动。 5.教学手段:依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段。 6.考核方式: 线上平台数据与线下形成性考核相结合。		
14	信息技术	课程目标	【知识目标】1.认识信息技术对人类生产、生活的重要作用,了解现代社会信息技术发展趋势,理解信息社会特征并遵循信息社会规范；2.掌握常用的工具软件和信息化办公技术，了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术。 【能力目标】具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题。 【素质目标】拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为职业能力的持续发展奠定基础。	64	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q8 K2 K10 K12 A1 A2 A3 A4
		主要内容	1.文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索。 2.新一代信息技术概述、信息素养与社会责任。		
		教学要求	1.要求教师良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的信息技术实践经验和良好的课程教学能力。 2.本课程的评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价占 60%，主要是线上考勤、讨论互动和相关测试及线下平时理实一体化机房上交的项目；终结性评价占 40%，主要采用期末线下理实一体化机房考试。		
15	艺术修养	课程目标	【知识目标】掌握艺术欣赏的基本方法，掌握正确的科学发声方法与技能。 【能力目标】具备审美意识、审美能力和创造美的能力。 【素质目标】热爱和传承中国传统艺术文化，树立多元艺术文化观，树立正确审美观，懂美、爱美，塑造完美人格。	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q8
		主要内容	1.音乐基础理论、歌唱的艺术、优秀声乐作品赏析之中国民歌。 2.优秀声乐作品赏析之大型声乐作品、中国戏曲、风华国乐——中国民乐赏析。 3.古典音乐赏析、合唱与合唱指挥。		
		教学	1. 要求教师具备扎实的美学和美育知识，较高的艺术素养和审美能力。		

		要求	2.通过课程教学，全面提高学生的思想道德素质和科学文化素质，完善审美心理结构，促进身心健康，从而造就新时代个性丰富、人格完美的社会主义建设者和接班人。 3.本课程的评价本课程的评价采用形成性评价与终结性评价相结合的形式，形成性评价占 60%，主要是线上考勤、讨论互动、线上作业等；终结性评价占 40%，主要是在线课程期终测试。		19 K1 A3 A4 A5
16	职业礼仪	课程目标	【知识目标】1.掌握现代礼仪基本内容。2.掌握职场基本礼仪知识。 【能力目标】具备实例面试，进行职业生涯规划，进行职场角色的转换，适应职场的能力。 【素质目标】1.培养学生理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度，是非分明、与人为善、乐于助人的做人品行，庄重大方、热情友好、文雅礼貌的行为举止。2.培养职业人意识和职业人素质，为学生毕业后走上工作岗位顺利适应工作与社会奠定基础。	28	Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q8 Q9 K13 K15 A3 A4 A5 A8
		主要内容	1.礼仪概论、形象礼仪、日常交往礼仪、餐饮礼仪、接待拜访礼仪。 2.面试礼仪、办公礼仪、礼仪学习汇报。		
		教学要求	1.要求教师具有丰富的职业礼仪知识和较强的指导实践能力。 2.教学手段三维螺旋递进：在线 MOCC 学习帮助学生掌握素养知识；课堂互动讨论重构学生素养认知；课外实践帮助学生养成素养品质。 3.采用过程考核和终结性考核相结合的形式考核。		
17	汽车文化	课程目标	【知识目标】1.熟悉世界著名的汽车公司及汽车品牌，熟悉汽车界的名车名人，理解汽车与社会的关系。2.了解到汽车和汽车工业的过去，现在和未来，了解汽车的基础知识，汽车品牌对汽车文化所起到的直接作用，现代汽车技术的发展如何体现了人们对生活品质的要求。 【能力目标】具备常见汽车品牌的识别能力；能够区分常见汽车品牌所属公司、国家及其车型和特点。 【素质目标】扩大知识面，培养和提高学生的综合素质。	32	Q1 Q3 Q8 K2 K3 A2 A3
		主要内容	1.汽车的发明与发展简史。 2.国内外著名汽车公司发展历程及商标。 3.汽车构造的基本知识、汽车选购技巧、汽车油料的选用与汽车维护、汽车材料及汽车展览与竞技。		
		教学要求	1.要求教师具有丰富的汽车文化知识和较强的汽车理论。 2.采用以理论教学为主导，参观汽车文化馆、汽车品牌基地等实践教学为拓展，使用在线开放课程辅助教学。 3.考核采用在线课程期终测试。		

（三）专业课程设置及要求

1.专业共享（基础）课程设置及要求

专业共享（基础）课程设置及要求如表 3 所示。

表 3　专业共享（基础）课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	市场营销实务	课程目标	【知识目标】1.掌握营销销基础理念知识 2.掌握营销的基本战略和策略 3.掌握消费者购买行为和营销管理的相关知识，为后续课程的学习打下基础。 【能力目标】运用相关营销理论处理和解决实际市场营销问题。 【素质目标】1.具备市场营销的创新意识和诚信理念，把社会主义核心价值观融入到市场营销理念中去 2.拥有团队意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力，为职业能力的持续发展奠定基础	48	Q1 Q2 Q7 Q8 K4 K5 A2 A3 A8 A9
		主要内容	1.营销理念。 2.市场调查。 3.环境分析、SWOT 理论、竞争五力模型。 4.STP 营销战略。 5.4P 营销策略。 6.市场营销管理。		
		教学要求	1.利用智课堂、智慧职教网等教学平台，信息化教学；。 2.以项目为引导，结合真实企业模拟案例，做到理实合一。		
2	经济学基础	课程目标	【知识目标】1.掌握经济学基本概念、理论、方法。2.掌握经济学分析工具。 【能力目标】能运用知识分析现实经济问题。 【素质目标】1.热爱祖国，拥护中国共产党的领导，树立马克思主义信仰。2.坚定中国特色社会主义的经济自信，具备团队合作意识和职业精神，具备独立思考和主动探究能力。	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q8 K14 A2 A3 A4
		主要内容	1.认识经济学。 2.价格理论。 3.消费者行为理论；生产者行为理论。 4.市场类型。 5.要素市场。 6.国民收入核算。 7.经济波动与经济增长。 8.宏观经济政策。		

		教学要求	1.强调信息化教学。 2.调用国家教学资源库资源，理实一体化教学。		A9 A10
3	商品学实务	课程目标	【知识目标】1.熟悉主要商品种类、商品品种、主要商品的成分结构性质及质量特点、商品质量变化规律。熟悉并应用商品分类方法、商品社会管理方法、商品专场管理方法、商品包装方法、商品储存养护方法等。 【能力目标】1.能对具体的商品进行质量分析与鉴别。2.能对具体商品制定合适的包装方案。3.能对具体的商品制定可行的储存养护方案。4.能在经营管理中对具体的商品进行综合分析，并做出决策。 【素质目标】让学生懂得“中国质量”“中国速度”，树立大国风范理念，树立诚信经营意识和爱岗敬业理念。	56	Q1 Q2 Q3 Q7 Q9 K3 K11 K17 A4 A5 A7 A8
		主要内容	1.商品认知。 2.认知商品质量变化规律。 3.认识商品包装。 4.进行商品分类。 5.推行商品标准化。 6.商品质检、库存保管。		
		教学要求	1.利用智课堂、智慧职教网等教学平台，信息化教学。 2.以项目为引导，结合真实企业模拟案例，做到理实合一。		
4	商务沟通	课程目标	【知识目标】1.掌握人际概念、关系的种类、模式、原则以及过程。2.认识倾听的作用、原则、步骤。3.语言沟通的主要形式、作用和沟通策略 4.非语言沟通的主要形式、作用和沟通策略。5.书面沟通的方式、优缺点、适用范围以及运用要点等。6.掌握一般性的沟通技巧和演讲的技巧。7.掌握行业沟通口才。 【能力目标】1.能解释人际关系的含义、特征并说明学习课程的主要学习方法。2.认识个人在各种关系沟通中的角色功能。3.能掌握非语言沟通的主要形式、作用及态度要求。4.能掌握语言沟通的主要形式、作用及态度要求。5.能够灵活运用所学技巧与方法，正确处理各种人际关系，实现人际间的高效沟通等。 【素质目标】1.具有一定的人际沟通能力和良好的沟通态度;具有得体的行为规范。2.提高素质，具有适应时代需要的交往能力。3.诚信沟通，诚实守信.	60	Q1 Q2 Q4 Q7 Q9 K15 A5 A8 A17
		主要内容	1.沟通的认知。 2.沟通的方式技巧。 3.演讲稿的写作。		

		教学要求	1.利用智课堂、智慧职教网等教学平台，信息化教学。 2.以项目为引导，结合真实企业模拟案例，做到理实合一。		
5	消费心理与行为分析	课程目标	【知识目标】1.掌握消费者心理学的主要内容与研究方法。2. 理解和运用消费者心理研究是企业制定营销决策和策略的基础。3.掌握消费者心理的研究方法。4.熟悉消费心理研究的基本框架，研究消费者心理与行为特点，制定出正确的营销策略。 【能力目标】1.能从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和信息分析，并具备发现问题、分析问题和解决问题的能力。2.会察言观色，善于换位思考，准确地把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力、判断能力。3.具有较强的口头表达能力，思维敏捷，反应快速。4.具有较强的亲和力、人际沟通能力和组织协调能力。 【素质目标】1.具有吃苦耐劳、认真细致、爱岗敬业、勇于奉献的精神。2.养成客观、公正、实事求是的工作作风。3.树立“顾客是上帝”的理念，强化职业道德意识。4.培养团队精神，强化团队协作意识。	60	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 K4 K5 K17 A3 A4 A5 A7
		主要内容	1.消费者心理的研究内容、研究方法。 2.消费者的需要和动机。 3.消费者的心理活动过程。 4.消费者的个性。 5.消费文化与消费者购买行为；消费群体、市场定位与消费心理。 6.产品心理策略；价格心理策略；购物环境、广告心理策略；营销人员的心理策略。		
		教学要求	1.利用智课堂、智慧职教网等教学平台，信息化教学； 2.以项目为引导，结合真实企业模拟案例，做到理实合一；		
6	电子商务基础与实践	课程目标	【知识目标】1.理解常见的电子商务种类并熟悉业界典型代表的相关网站。2.熟悉搜索引擎的分类、工作原理和使用。3.了解电子支付、网上银行、手机支付等支付相关技术会进行支付平台选择与体验。4.了解常见物流模式和配送方案设计。5.知晓电子商务技术安全问题能识别和防范交易风险。6.了解网站基础知识熟悉网页设计与制作的工具和网站构建流程。 【能力目标】1.具备运用搜索引擎收集信息的能力。2.具备信息处理能力。3.能够进行网页设计与制作的工具和网站构建。4.能够根据常见的物流模式设计最佳配送方案。5.能够识别电子商务技术安全问题，防范交易风险。 【素质目标】1.具有良好的职业道德和心理品质。2.具备网络安全的自我保护能力。3.具备良好的沟通与交流能力。	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q8 K12 K16

		主要内容	1.电子商务市场分析、应用。 2.网络信息搜集。 3.电子支付。 4.电子商务物流。 5.电子商务安全。 6.网上开店、网站策划。		A6 A9 A10 A15
		教学要求	1.本课程是理论实践一体化的课程，教学过程中要充分利用计算机、手机和互联网直观展示，加深学生理解。 2.重视融入实际教学案例开展教学，根据模块内容适当安排技能实践。 3.融入电子商务职业道德规范的相关内容。 4.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
7	商务数据分析与应用	课程目标	【知识目标】1.了解数据分析在岗位中的运用、重要性。2.掌握市场容量、行业发展趋势和市场潜力分析方法。3.熟悉数据指标和手段挖掘数据。4.掌握客单价的含义和提升方法，了解客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析等各项指标分析的内容和方法。5.了解什么是利润和利润率，熟悉商品成本、推广成本和固定成本，掌握利润预测的方法6.了解数据商业报告的主要内容，熟悉商业报告的制作方法。 【能力目标】1.能够进行简单的数据分析。2.能够使用数据工具查看各项数据，分析企业的基本情况。3.能够通过数据分析了解行业数据与经营相关数据。4.熟悉会员数据获取途径，掌握会员数据的基本分析方法，熟悉RFM模型分析方法。 【素质目标】1.具有良好的职业道德和心理品质。2.具备网络安全的自我保护能力。3.树立大国风范理念，树立诚信经营意识和爱岗敬业理念。	32	Q1 Q2 Q4 K9 K10 K11 A2 A3 A4 A6 A10 A15
		主要内容	1.商务数据化运营认知。 2.数据采集与处理方案的制定。 3.市场数据分析。 4.运营数据分析。 5.产品数据分析。 6.数据监控与数据分析报告的撰写。		
		教学要求	1.本课程是理论实践一体化的课程，教学过程中要充分利用相机、手机和计算机进行素材加工和直观展示，对教师的实操能力要求较高。 2.重视融入实际教学案例开展教学，根据模块内容适当安排技能实践。 3.融入市场营销职业道德规范的相关内容。 4.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		

8	新媒体营销	课程目标	【知识目标】1.理解产品的分析法则以及卖点的分析方法。2.知会图文、短视频和直播营销方案的撰写技巧。3.掌握图文、短视频和直播营销的方法和手段。 【能力目标】1.能够运用FABE、SWOT、AIDA的分析法则分析产品的卖点。2.能够运用方案撰写技巧进行图文、短视频和直播营销方案的撰写。3.能够运用图文、短视频和直播营销的方法和手段进行营销实施。 【素质目标】1.树立诚信营销，友善待客的职业精神。2.提高新时代新媒体营销工作者的责任意识、担当精神。3.提升精益管理思想和风险意识。4.锻炼创新创业思维。5.培养人际沟通、团队合作精神。	32	Q1 Q2 Q4 Q8 K9 K10 K11 K12 K18 A2 A3 A4 A6 A11 A15
		主要内容	1.农产品的图文营销； 2.新能源汽车的短视频营销 3.手工品的直播营销		
		教学要求	1.本课程是理论实践一体化的课程，教学过程中要充分利用相机、手机和计算机进行素材加工和直观展示，对教师的实操能力要求较高。 2.选择项目教学载体，重视融入实际教学案例开展教学，根据模块内容适当安排技能实践。 3.融入电子商务职业道德规范的相关内容，培养现时代大学生的使命感与责任感。 4.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		

2.专业核心课程设置及要求

专业核心课程设置及要求如表4所示。

表4　专业核心课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	市场调研与预测	课程目标	【知识目标】1.掌握市场调查方案的设计。2.掌握市场调研问卷的编写。3.掌握市场调研方法。4.能撰写市场调查报告5.掌握德尔菲法、主观概率法、领先指标法定性市场预测方法，掌握时间序列预测法、回归分析预测法定量市场预测方法。 【能力目标】1.能根据需要组织策划调查项目，制订市场调查方案，拟定具体工作流程。2.能运用随机抽样和非随机抽样方法选择调查样本，完成抽样调查方案设计。3.能利用间接调查法、座谈会调查法、观察法、访问调查法、实验法、网络调查法完成信息收集任务。4.能针对具体调查项目独立设计调查问卷。5.能运用科学的方法和技巧有效完成市场调查的各项任务。6.能利用计算机工具熟练完成市场调查资料录入、整理和分析。7.能撰写规范的市场	60	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 K7 A9 A10

			调查报告，提出具有一定价值的营销建议。8.能利用时间序列预测法、回归分析预测法进行定量市场预测，并撰写市场预测报告，提出预见性的营销建议。 【素质目标】1.培养学生主动思考问题、分析问题和解决问题的能力，有创新意识。 2.培养学生科学严谨、求真务实的作风，有较强的自我管理能力。 3.培养学生的团队合作精神，能够融入集体之中，展现自我，善于协作。4.培养学生的沟通交流能力、规范行为举止，养成礼貌、友善、文明礼仪习惯。5.培养学生的应变能力，能够独立处理突发事件、成功解决问题。		A18
		主要内容	1.市场调研的认知。 2.市场调研方案的设计。 3.市场调研方法。 4.市场调研报告的撰写。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，需要在机房展开项目实践、理实一体化教学。 2.利用技能抽考的题库培养学生的动手操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
2	产品销售	课程目标	【知识目标】1.了解推销的基本概述、推销人员应具备的素质、应掌握的基本职业能力。2.正确掌握推销礼仪并做好推销前期的准备工作、善 于查找顾客。3.掌握推销接近、正确约访客户。4.熟练掌握推销洽谈的相关流程。5.正确处理顾客成交的异议、善于识别顾客成交的信号。6.知晓正确的电话营销流程。7.掌握推销人员管理的相关内容。 【能力目标】1.能基本熟练针对不同客户的类型开展推销工作，初步具备寻找、接近准客户的实践能力。2.会准确根据商品特点和客户的性格及时完善推销服务，基本具备一名优秀推销人员的素质、能力。 【素质目标】1.使学生铭记“用心做事、以诚待人”的服务宗旨，工作勤恳，态度端正，务实实干的营销工作精神。2.培养学生诚信的工作作风和团队合作意识。	64	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 K4 K5 K6 A8 A9 A11 A17
		主要内容	1.认知推销。 2.储备推销素养。 3.寻找识别顾客。 4.接近客户。 5.推销洽谈。 6.门店推销、电话推销。 7.客户异议处理。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，需要在实训室展开项目实践、理实一体化教学。 2.利用技能抽考的题库培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		

3	商务谈判	课程目标	1.对商务谈判有一个整体的认知。2 掌握处理商务谈判整体策划。 3.知晓谈判实践中的程序、方法。 4.掌握商务谈判的基本技巧。	64	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q9 K4 K5 K6 A8 A17
		主要内容	【知识目标】1.商务谈判认识。2.商务谈判准备。3.商务谈判开局。4.商务谈判磋商。 5.商务谈判促成。6.商务谈判沟通。7.商务礼仪。8.国际商务谈判。 【能力目标】1.能做好谈判的准备工作。2.能进行谈判信息的收集、整理与分析。3.能设计谈判的开局，能控制谈判的进程。4.能根据谈判情况随机应变，灵活运用谈判的策略，具有一定的判断能力和决策能力。5.能坚守谈判目标，及时调整心态，防止挫败感的危害，保持积极心态和顽强毅力，不受对方威逼利诱的干扰，促成谈判的成功。6.撰写谈判报告。 【素质目标】锻炼提升学生的心理素质，树立正确的谈判观念，使学生能够冷静沉着面对谈判中的僵局、威胁、诱惑，并使学生能够树立保密、谨慎的职业素质，培养学生遵纪守法、不为私利损害国家、集体和他人利益的职业道德。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，需要在谈判实训室展开项目实践、理实一体化教学。 2.利用技能抽考的题库培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
4	市场营销策划	课程目标	【知识目标】1.掌握营销技能理论和方法与技巧解决实际问题的能力。2.掌握市场开发能力；会制定营销计划、采购、应用销售技能、市场调查与预测、营销策划等业务工作能力。3.胜任市场开发、营销策划、营销推广、客户开发与维护、终端管理等工作。 【能力目标】1.能较准确定义和描述营销策划目标。2.能较准确判断和把握营销策划中有关市场、产品等信息。3.能制订调研方案，组织实施调研，撰写调研报告。 4.能熟练运用几种常见的营销策划书撰写技巧撰写相关营销策划方案。5.能评估营销策划方案和独立完成策划方案结案。6.能够熟练进行营销策划方案的排版，并用 PPT 汇报方案。 【素质目标】1.具有团队协作精神。2.具有坚强的毅力和吃苦耐劳的精神。3.具有艰苦朴素的工作作风。4.具有依法营销的意识。5.具有严谨、诚信的职业品质和良好的职业道德。	64	Q1 Q2 Q3 Q4 K8 K9 A12 A18
		主要内容	1.客户开发技能。 2.营销策划技能。 3.营销谈判技能。 4.销售服务技能。 5.跟踪营销技能。		
		教	1.采用信息化教学手段，分项目实践、理实一体化教学。		

		学要求	2.利用湖南省技能抽考题库，培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
5	广告创意	课程目标	【知识目标】1.掌握广告的起源、发展。2.掌握广告创意的设计和呈现。3.具备创新精神、严谨的工作作风、质量意识、成本意识。 【能力目标】1.能够寻求设计项目、完成项目的调研、现场勘测、并基本掌握客户的构想和要求。2.能够按行业惯例或规范，掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。3.能够熟练掌握常见的广告设计工具，并熟悉材料的品种、质量和价格等，能够完成材料的选择。 【素质目标】1.关心社会，热爱祖国，具备较好的思想政治素质。2.敬业爱岗，乐于服务，具有良好的职业道德。3.崇尚科学，爱好文艺，具备大学生必备的文化素质。4.勤于锻炼，体魄健康，具有良好的身体素质。5.勇于创新，敢于实践，具有一定的创业素质。	60	Q1 Q4 K9 K11 K12 A8 A13 A15
		主要内容	1.广告的理论和发展。 2.广告的创意来源。 3.创意创新设计。 4.PHOTOSHOP 等各种工具的应用。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，需要在机房展开项目实践、理实一体化教学。 2.重视学生创新设计的培养。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
6	分销渠道管理	课程目标	【知识目标】1.掌握商品销售渠道的相关概念，并进行渠道的设计。2.了解中间商选择的基本管理能力，进行去渠道成员的选择。3.掌握渠道的管理和评估方法。 【能力目标】1.熟悉企业分销渠道管理的主要工作内容。2.具有企业市场调研和环境机会分析能力。3.具有渠道开发设计能力。4.具有渠道结构设计能力。5.具有渠道战略选择能力。6.具有渠道成员选择能力。7.具有处理渠道冲突以及渠道权利控制能力。8.具有渠道评估和完善能力。 【素质目标】1.培养学生的相互沟通及团队协作能力。2.培养学生适应社会、适应生活、适应企业的能力。3.培养学生爱岗敬业，乐于奉献的精神和工作作风。4.培养学生尊重人、关心人、服务人的精神和习惯。5.培养学生自觉的工作习惯和自我管理、自我约束的能力。6.培养学生的国家意识、集体意识、企业意识、经营意识、效益意识。	64	Q1 Q4 K8 K9 K11 A8 A9 A14 A15
		主要内容	1.渠道认知。 2.渠道的设计。 3.渠道成员的选择。 4.渠道管理。 5.渠道的评估。		

		教学要求	1.采用信息化教学手段， 分项目实践、理实一体化教学。 2.利用教学资源库，培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
7	客户服务与管理	课程目标	【知识目标】1.理解潜在客户的概念，理解潜在客户的寻找方法，掌握潜在客户的评估及管理方法，掌握客户资料卡的内容和收集方式 2.掌握拜访中问候客户的方法、了解客户需求的技巧、产品推荐的方法、异议处理的步骤、客户利益说服的技巧、获得拜访结果及结果处理的方式，掌握客户资料卡的内容和收集方式。3.理解客户期望形成的原因，理解期望和满意的关系，掌握听、问、复述的技巧来理解客户的期望，掌握管理客户期望值得技巧。4.理解CSR对企业在重要意义，掌握CSR实施步骤，明确投诉对企业的好处，掌握处理投诉的技巧和步骤。 【能力目标】1. 能够真正了解并熟悉客户服务，了解客户的内涵，能够应对企业的面试，能够分析相应的岗位。2. 能够运用常用的沟通方式进行沟通，能够做好拜访做好准备，进行客户拜访。3. 能够分析不同客户在不同特定环境下的期望是什么，能够用听、问、复述的技巧理解客户的期望并进行管理。4.能够CSR相关技术进行客户满意调查，能够运用相关技巧处理企业的投诉，最终留住客户。 【素质目标】1.培养学生爱岗敬业的精神，培养学生职业形象的意识，培养学生危机意识。2.培养学生团队合作的意识，培养学生吃苦耐劳的精神。3.培养学生观察的意识，培养学生热情、坦率、谦虚、礼貌等习惯。	64	Q1 Q4 Q9 Q10 K4 K5 K15 A7 A8 A9
		主要内容	1.客户的内涵。 2.客户服务的内涵。 3.客服人员的核心素质。 4.影响客户满意度的因素。 5.与客户交流技巧。 6.投诉的处理技巧。 7.情绪管理。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，分项目实践、理实一体化教学。 2.利用教学资源库，培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
8	服务营销	课程目标	【知识目标】1.掌握服务营销的基础知识。2.服务营销组合要素。3.了解服务消费行为特点，树立正确的服务营销理。4.掌握服务质量的测定和服务问题处理方法。5.能够联系实际，为从事企业或门店服务营销活动奠定基础。 【能力目标】1.能够运用顾客关系管理的基本策略开展顾客关系培育工作.2.能够给运用服务市场细分与定位原理进行服务的市场细分与市场定位。3.能够运用服务蓝图的设计方法进行服务质量改进策略设计。4.能够运用服务定	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7

			价、服务沟通和促销的基本策略进行服务定价与促销策略设计。5.能够运用服务内部营销理论进行内部营销管理、员工管理与培训。 【素质目标】1.培养学生在学习过程中的主动性建构性。2.重视“环境"“情境”“协作”在教与学中的重要作用。3.激发学生兴趣，帮助学生形成持久的学习动机。4.鼓励学生能积极主动地通过互联网查阅网络技术最新发展动向，写分析报告。5.培养学生良好的协作精神和沟通能力。		Q10 K4 K5 K17 A9 A16 A17
		主要内容	1.服务营销概述。 2.服务营销创新观念。 3.服务质量及测量。 4.服务市场细分与市场位。 5.服务产品组合与定价。 6.服务过程管理。 7.服务问题识别与纠正。 8.服务场景设计及有形展示。		
		教学要求	1.明确教学目标，突出教学重点，解决教学难点。 2.以培养学生服务营销的实践能力为中心实施单元教学，采用启发讨论、案例教学、体验式、任务式等多种教学方法。 3.利用智课堂平台等网络信息化技术手段，提高课程教学效果，结合企业门店真实案例或项目演练，提高学生该项专业实践力。		

3. 校企合作（专业特色）课程设置及要求

经过与校企合作企业反复沟通，确定将与中教畅享（北京）科技有限公司开发的《数字营销实训》和湖南数魔网络科技有限公司合作开发的《跨境电商实务》，其设置及要求如表 5 所示。

表 5　校企合作（专业特色）课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	数字媒体营销实训	课程目标	【知识目标】1.能够掌握数据营销流程;确认数据分析部门的结构。2.确认数据分析部门职能要求;掌握网站数据统计软件的添加。3.掌握网站数据分析方法;能够分析行业数据集店铺营销数据;能够掌握数据分析的具体方法。 【能力目标】1.能够掌握数据营销流程。2.确认数据分析部门的结构。3.确认数据分析部门职能要求。4.掌握网站数据统计软件的添加。5.掌握网站数据分析方法。6.能够分析行业数据集店铺营销数据，掌握数据分析的具体方法。7.能使用微博公众号进行微博营销，能使用微信公众号进	32	Q1 Q4 Q8 K10 A9 A10

			行微信营销，能够制定邮件营销优化方案。 【素质目标】1.培养学生能够树立正确的人生观、价值观，同时具有较强的敬业精神，性格开朗、善于沟通、能承受一定的工作压力。2.思维活跃，具有开创精神，积极配合企业进行战略规划及实施。3.具备良好的团队合作精神和创新意识，有持续学习的能力。		A15
		主要内容	1.搜索引擎认知。 2.移动微信营销数据。 3.社会化媒体营销。		
		教学要求	1.项目实践、理实一体化教学。 2.以 ITMC 软件为基础，指导学生进行数字营销实训。		
2	跨境电商实务	课程目标	【知识目标】1.了解跨境电商的岗位职责、模式分类，了解“互联网+”对传统外贸的影响、掌握跨境电商与传统外贸的区别。2.掌握外贸企业的电子商务应对之策、法律法规、知识产权规则，了解跨境电商平台。3.掌握跨境电商平台分析方法、热门关键词及爆款选品，熟知各大平台的运营规则及运营等相关知识。4.了解文案策划概念、写作技巧，掌握商品主图构图技巧，能独立完成商品文案写作、对商品进行构图设计。5.了解跨境物流的分类，熟悉国际物流的优劣势对比，掌握新手物流模板设置。 【能力目标】1.能利用数据分析工具进行选品。2.能对货源渠道进行分析并选择合适的进货渠道。3.能够根据数据分析结果提出优化策略。4.能利用各种语言工具进行跨境客户交流和服务。 【素质目标】1.培养学生谦虚、好学的能力。2.培养学生口头与书面表达能力、人际沟通能力。3.培养学生良好的职业道德。4.具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。	32	Q1 Q2 Q3 Q4 Q7 Q8 K11 K16 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A14 A15
		主要内容	1.跨境电商概述。 2.跨境电商市场调研。 3.跨境电子商务平台操作。 4.跨境电商视觉设计。 5.跨境电子商务营销。 6.跨境电商物流。 7.跨境电商数据分析。 8.跨境电商客户服务		
		教学要求	1.本课程是理论实践一体化的课程，教学过程中要充分利用相机、手机和计算机进行素材加工和直观展示，对教师的实操能力要求较高。 2.重视融入实际教学案例开展教学，根据模块内容适当安排技能实践。		

			3.融入电子商务职业道德规范的相关内容。 4.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		

4.集中实践课程设置及要求

集中实践课程设置及要求如表6所示。

表6　集中实践课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	ITMC综合实训	课程目标	【知识目标】1.熟练运用市场分析技能。2.熟悉企业生产与销售的各个环节；提高对于促销管理的技能应用。3.掌握企业正确的经营思路和管理理念。4.掌握市场分析、生产、销售、财务分析四个流程的实训与实践能力。 【能力目标】1.能组建经营团队；2.能进行市场调查数据的分析、市场细分以及市场营销策略的制定、生产原材料的材料、不同产品的定价等操作；5.能对营销策略的财务进行分析与管理；6.能对营销数据进行数据分析与处理。 【素质目标】1.树立成本意识和节约意识；2.培养学生善于观察和思考、总结的意识；3. 培养学生谦虚、好学的能力；4.培养学生口头与书面表达能力、人际沟通能力；5.培养学生良好的职业道德；6.具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。	32	A1 A2 A3 A4 A6 A8 A10
		主要内容	1.市场营销沙盘基本作。 2.市场营销沙盘市场环境市场分析、直销、批发。 3.市场营销沙盘生产、零售商操作、财务分析。 4.市场营销沙盘实盘灵活运用划。		
		教学要求	1.项目实践、理实一体化教学。 2.以ITMC软件为基础，指导学生在企业模拟情景下进行市场营销决策。		
2	大客户营销实训	课程目标	【知识目标】1.正确掌握推销礼仪并做好推销前期的准备工作、善于查找顾客。2.掌握推销接近、正确约访客户。3. 熟练掌握推销洽谈的相关流程。4.正确处理顾客成交的异议、善于识别顾客成交的信号。5.知晓正确的电话营销流程。6.掌握推销人员管理的相关内容。 【能力目标】1.能基本熟练针对不同客户的类型开展推销工作，初步具备寻找、接近准客户的实践能力。2.会准确根据商品特点和客户的性格及时完善推销服务，基本具备一名优秀推销人员的素质、能力。 【素质目标】1.使学生铭记“用心做事、以诚待人”的服务宗旨，工作勤恳，态度端正，务实实干的营销工作精神。	32	Q1 Q2 Q5 Q10 K4 K5 K13

			2.培养学生诚信的工作作风和团队合作意识。		K15 A7 A8 A11
		主要内容	1.推销前准备工作。 2.推销方案的设计。 3.推销洽谈。 4.客户异议处理。		
		教学要求	1.采用信息化教学手段，需要在实训室展开项目实践、理实一体化教学。 2.利用技能抽考的题库培养学生的实践操作的能力。 3.课程考核采用过程考核与终结性考核相结合。		
3	市场营销综合技能实训	课程目标	【知识目标】1.掌握市场调研报告的撰写。2.掌握产品推销方案的设计和推销技巧。3.掌握商务谈判的一般技巧。4.掌握营销策划的方法和技巧。 【能力目标】1.能够根据市场调研的数据进行市场调研报告的撰写。2.能根据不同的产品进行推销方案的设计。3.能够运用不同的商务谈判技巧进行商务谈判。4.能根据不同的客户和产品进行不同营销方案的制定。5.能针对性地解决客户售前售后的咨询和问题，提升客户满意度。 【素质目标】1.勤学苦练，理论联系实际。2.培养学生善于观察和思考、总结的意识。3. 培养学生谦虚、好学的能力。4.培养学生口头与书面表达能力、人际沟通能力。5.培养学生良好的职业道德。6.具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。	32	Q9 K6 K7 K8 K10 A11 A12 A13 A15
		主要内容	1.市场营销调研方案和调研报告。 2.商务谈判技巧。 3.产品推销技巧。 4.市场营销策划方案。		
		教学要求	1.机房进行集中实训。 2.以技能抽考题库为基础，进行技能实训。		
4	毕业设计	课程目标	【知识目标】1.掌握市场营销的战略和策略。2.掌握市场营销环境分析的方式方法。3.掌握市场营销策划的流程。4.能够应用所学的理论知识分析营销中遇到的问题。5.查阅资料的能力。 【能力目标】1.能够进行市场调研进行数据的收集。2.能够分析产品面临的市场营销环境。3.能够进行市场细分并制定正确的营销策略。4.能进行市场风险的分析和规避。 【素质目标】1.勤学苦练，理论联系实际；2.培养学生善于观察和思考、总结的意识；3. 培养学生谦虚、好学的能力；4.培养学生口头与书面表达能力、人际沟通能力；5.培养学生良好的职业道德；6.具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。	60	Q1 Q3 Q4 Q9 Q10 K7 K10 A6 A10
		主要	1.市场营销基础。 2.市场环境的调研分析。		

		内容	3.市场营销策划。		
		教学要求	1.在大班教学的基础上，加强课后沟通辅导。 2.深入市场进行调研、分析、策划，形成方案。		
5	毕业顶岗实习	课程目标	【知识目标】1.深入企业参加与专业实践，了解企业文化与企业管理。2.顶岗实习，感受企业工作氛围，学习新知识，进一步强化专业技能。 【能力目标】1.能对企业的典型工作岗位进行分析。2.能立足某一岗位进行典型工作任务分析。3.能胜任岗位要求，做出一定的工作业绩。4.能按要求完成顶岗实习日志和总结。 【素质目标】1. 树立正确的劳动观念和刻苦耐劳精神；2.培养对生产环境的适应能力，适应岗位要求；3.培养良好的人际交往能力、书面表达能力。	560	K4 K5 K7 K8 K11 K15 A6 A12 A13 A15
		主要内容	1.企业认知。 2.岗位实践。 3.实习总结。		
		教学要求	1.深入企业一线，进行面对面交流指导。 2.指导学生用所学专业知识解决实际问题。 3.每天进行记录，形成顶岗实习日记。		

5.个性发展课程设置及要求

个性发展课程设置及要求如表7所示。

表7　个性发展课程设置及要求

序号	课程名称	课程描述		计划学时	支撑的培养规格
1	连锁经营管理	课程目标	【知识目标】1.了解连锁经营管理的基本知识，包括连锁企业的类型、特征、不同类型连锁企业的管理模式、连锁企业的发展战略管理技术、连锁企业选址和扩张技术等 2.了解连锁门店管理的基础理论，掌握商品采购管理的基本理论知识和方法。3.掌握连锁门店信息管理技术，掌握连锁企业人力资源管理技术，物流与仓储配送管理技术等 【能力目标】1.能完成门店的正常营运和管控。2.能运用商品陈列技巧和方法，完成商品陈列的艺术性和实用性。3.能运用沟通方法和技巧，完成与各部门、各层次人员及时沟通，保持信息的畅通，针对常见的顾客投诉及纠纷等问题能及时处理。 【素质目标】1.具备创新、开拓精神，吃苦耐劳的工作态度，合作双赢的精神。2.适应社会主义市场经济需要，德、	32	Q1 Q3 Q4 Q5 Q7 Q8 K4 K5

			智、体、美全面发展具有基本的职业道德，具备从事连锁企业门店管理活动的基本素质，培养学生的职业能力。3.具有较高的商务礼仪和职业素养;善于合作，具有一定的团队精神 4. 培养学生的职业素养、方法能力、社会能力和自主创业能力，为今后从事连锁企业门店营运高层管理工作奠定持续发展的基础。		K11 A11 A14
		主要内容	1.连锁经营概述。 2.连锁经营的组织结构、连锁企业的战略管理。 3.连锁企业的店铺开发、连锁企业的商品管理、连锁企业的店铺设计。 4.连锁企业的促销管理。 5.连锁企业的物流管理。 6.连锁企业的内部管理。		
		教学要求	1.明确教学目标，突出教学重点，解决教学难点。 2.以培养学生服务营销的实践能力为中心实施单元教学，采用启发讨论、案例教学、体验式、任务式等多种教学方法。 3.利用智课堂平台等网络信息化技术手段，提高课程教学效果，结合企业门店真实案例或项目演练，提高学生该项专业实践力。		
2	团队管理	课程目标	【知识目标】1.掌握管理学的相关知识和相关概念。2.掌握团队的基本概念以及团队的架构。3.了解领导影响力来源、掌握科学的领导方法与技巧。4.学会团队建设与管理。 【能力目标】1.能够进行团队的组建和团队文化的设计。2.能够制定团队相关的规章制度。3.能够运科学的领导方法和技巧进行管理团队。4.能够进行团队冲突的处理。 【素质目标】1.培养学生的团队意识和创新精神。2.培养学生分析问题以及创新思维的能力，提升学生交往沟通及语言和文字表达方面的能力。3.锻炼学生敬业与吃苦耐劳的素养，培养学生团队合作意识。	32	Q4 Q9 Q10 K3 K15 A8 A16 A17 A18 A19
		主要内容	1.管理学的认知。 2.团队的认知。 3.团队的领导。 4.团队建设。 5.团队文化的形成。 6.团队管理。		
		教学要求	1.明确教学目标，突出教学重点，解决教学难点。 2.以培养学生服务营销的实践能力为中心实施单元教学，采用启发讨论、案例教学、体验式、任务式等多种教学方法。 3.利用智课堂平台等网络信息化技术手段，提高课程教学效果，结合企业门店真实案例或项目演练，提高学生该项专业实践力。		
3	品牌策	课	【知识目标】1.了解品牌的起源。2.理解品牌的定义、本		Q7

	划与推广	程目标	质和作用。3.理解品牌与营销的关系。4.了解品牌构建需要考虑的问题。5.了解品牌定位方法、企业 CIS 系统构成与内涵知识.6.熟悉品牌设计、品牌传播、品牌管理、品牌策划等知识。 【能力目标】1.能根据品牌实际规划以品牌核心价值为中心的品牌识别系统。2.能根据品牌实际开展品牌化战略与品牌架构优选。3.能根据品牌实际进行理性的品牌延伸扩张策划。4.能科学地管理各项品牌资产。5.能开展品牌维护与品牌危机管理。 【素质目标】1.培养小组的团队合作意识，培养较强的沟通交流能力，善于表达。2.培养较强的自律和自我管理能力及现代信息技术的应用操作能力。3.提高学生分析问题和解决问题的能力，注意学习的主动性。		Q8 K4 K5 K11 A4 A8 A9 A13 A20
		主要内容	1.品牌认知。 2.品牌定位。 3.品牌策划、传播。 4.品牌传播策略。 5.品牌管理策略。		
		教学要求	1.明确教学目标，突出教学重点，解决教学难点。 2.以培养学生服务营销的实践能力为中心实施单元教学，采用启发讨论、案例教学、体验式、任务式等多种教学方法。 3.利用智慧职教等网络信息化技术手段，提高课程教学效果，提高学生该项专业实践力。		

七、教学进程总体安排

（一）总体安排

表 8　教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学时安排				学分	各学期学时分配						考核方式	课程归属
				学时	其中				1	2	3	4	5	6		
					理论	实践	线上		20W	20W	20W	20W	20W	6 个月		
公共基础课	必修课	[240220]	思想道德修养与法律基础	56	40	16	16	3	4*14W						考试	思政课部
		[130387]	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	64	48	16	16	4		4*16W					考试	思政课部
		[240222]	形势与政策（一）	24	24	0	0	1	2*4W		2*4W		2*4W		考查	思政课部
		[131059]	形势与政策（二）	16	16	0	0	1		2*4W		2*4W			考查	思政课部
		[130371]	心理健康教育	32	32	0	16	2		2*16W					考查	公共课部
		[130441]	体育（一）	28	0	28	0	2	2*14W						考查	体艺课部
		[130442]	体育（二）	32	0	32	0	2		2*16W					考查	体艺课部
		[130443]	体育（三）	32	0	32	0	2			2*16W				考查	体艺课部
		[130444]	体育（四）	32	0	32	0	2				2*16W			考查	体艺课部
		[130389]	职业发展与就业指导	32	32	0	32	2			2*16W				考查	公共课部
		[240143]	创业基础	32	16	16	16	2				2*16W			考查	创业学院
		[33010001]	军事理论	36	36	0	0	2	2W						考查	士官学院
		[13040045]	军事技能	112	0	112	0	2							考查	士官学院
		[13030111]	国家安全教育	20	20	0	12	1	4H	4H	4H	4H	4H		考查	公共课部
		[130319]	操行					10							考查	学工处
		[13030104]	劳动值周	32	0	32	0	2	1W						考查	学工处

				[13030106]	劳动教育	20	20	0	0	1	4H	4H	4H	4H	4H		考查	学工处
		公共基础必修课小计				600	284	316	108	41	8	8	4	6	2			
		选修课	限选课	[130157]	大学语文	56	56	0	16	4	4*14W						考查	思政课部
				[130275]	经济应用数学	32	32	0	16	2		2*16W					考试	思政课部
				[10040149]	信息技术	64	64	0	16	4		4*16W					考试	思政课部
				[090215]	公共英语（一）	56	56	0	28	4	4*14W						考查	思政课部
				[090216]	公共英语（二）	64	64	0	32	4		4*16W					考查	思政课部
				[130995]	艺术修养	32	8	24	8	2		2*16W					考查	体艺课部
				[130996]	职业礼仪	28	8	20	8	2	2*14W						考查	体艺课部
				[200147]	汽车文化	32	32	0	32	2			2*16W				考查	车运学院
			公共基础限选课小计			364	320	44	156	24	10	12		0	0			
			任选课	[09020115]	国学经典类	92	54	38	54	8		60 或 32	32 或 60				考查	思政课部
				[11010173]	智能技术类													车工学院
				[13050112]	经济管理类													经管学院
				[34010026]	艺术鉴赏类													体艺课部
				[12020116]	科学探索类													机电学院
				[10040150]	信息素养类													信息学院
				[20010125]	创新思维类													车运学院
				[34010027]	人文设计类													艺术学院
				[24020027]	社团活动类	16	0	16	0	1		8	8				考查	团委
			公共基础任选课小计			108	54	54	54	9	学生自主选择类别，详见附件《公共基础任选课程一览表》							
		公共基础选修课小计				472	374	98	210	33	10	12	0	0	0			
公共基础课合计						1072	658	414	318	74	18	20	4	6	2			
专	专业	群	必	[091003]	电子商务基础与实践	32	24	8	12	2		2*16W					考查	商贸学院

业（技能）课	共享（基础）课	内共享课	修课	[09050105]	商务数据分析与应用	32	6	26	12	2			2*16W				考查	商贸学院
				[131145]	新媒体营销	32	6	26	12	2				2*16W			考试	商贸学院
		其它专业基础课		[091190]	市场营销实务	48	40	8	12	3	4*12W						考试	商贸学院
				[131241]	商品学实务	56	48	8	14	4	4*14W						考试	商贸学院
				[131182]	消费心理与行为分析	60	52	8	15	4		4*15W					考试	商贸学院
				[130181]	商务沟通	60	36	24	15	4			4*15W				考试	商贸学院
				[09080117]	经济学基础	32	32	0	12	2			2*16W				考试	商贸学院
		专业共享（基础）课小计				**352**	**244**	**108**	**104**	**23**	**8**	**6**	**10**	**2**				
	专业核心课程	必修课		[09050100]	广告创意	60	30	30	15	4			4*15W				考试	商贸学院
				[090507]	市场调研与预测	60	36	24	15	4		4*15W					考试	商贸学院
				[091075]	产品销售	64	32	32	16	4			4*16W				考试	商贸学院
				[090991]	商务谈判	64	32	32	16	4			4*16W				考试	商贸学院
				[131143]	分销渠道管理	64	40	24	16	4				4*16W			考试	商贸学院
				[091298]	客户服务与管理	64	40	24	16	4				4*16W			考试	商贸学院
				[091164]	市场营销策划	64	32	32	16	4				4*16W			考试	商贸学院
				[090591]	服务营销	32	20	12	8	2				2*16W			考试	商贸学院
		专业核心课小计				**472**	**262**	**210**	**118**	**30**		**4**	**12**	**14**				
	校企合作（专业特色）课	必修课		[09050104]	数字媒体营销实训	32	0	32	0	2				2W			考查	商贸学院
				[091388]	跨境电商实务	40	24	16	16	2					4*10W		考查	商贸学院
		校企合作（专业特色）课小计				**72**	**24**	**48**	**16**	**4**					**4**			
	集中	必修		[09050102]	ITMC 综合实训	32	0	32	0	2		2W					考查	商贸学院

	实践课	课	[09050107]	大客户营销实训	32	0	32	0	2			2W				考查	商贸学院
			[091270]	市场营销综合技能实训	32	0	32	0	2					2W		考查	商贸学院
			000001	毕业设计	60	0	60	0	3					3W		考查	商贸学院
			000005	毕业顶岗实习	560	0	560	0	20						6 个月	考查	商贸学院
		集中实践课小计			**716**	**0**	**716**	**0**	**29**								
	个性发展课	必修课	[131148]	连锁经营管理	32	24	8	10	2					4*8W		考查	商贸学院
			[131147]	团队管理	32	24	8	10	2					4*8W		考试	商贸学院
			[09050106]	品牌策划与推广	32	20	12	8	2					4*8W		考查	商贸学院
		个性发展课小计			**96**	**68**	**28**	**28**	**6**					**12**			
	专业（技能）课合计				**1708**	**598**	**1110**	**266**	**92**	**8**	**8**	**22**	**16**	**16**			
素质教育活动					/	/	/	/	/	1W	1W	1W	1W	1W	/	/	/
课程考核与教学测评					/	/	/	/	/	1W	1W	1W	1W	1W	/	/	/
总计					**2780**	**1256**	**1524**	**584**	**166**	**26**	**30**	**26**	**22**	**18**	/	/	/

注：①公共基础课程按并行方式排课。

②专业课程根据专业特点，应以并行方式排课为主。

③全院性公共任选课程排课时由教务处指定上课阶段。

④以实践周排课的课程用“周数 W”表示，如“4W”表示该课程 4 周，每周节数由各专业自定；其它串行和并行课程用“周课时×周数 W”表示，如“4×5W”为该课程周 4 课时，排 5 周；4H 表示 4 课时。

⑤除独立实训周外，周课时原则上不超过 30 学时。

⑥《毕业设计》课程共计 60 学时，其中在第 5 学期末课内以集中周形式安排 60 学时（20*3W，包含答辩环节）。

⑦“小计”“合计”栏需填写本类课程的总学时、周课时。

⑧课程代码源自学校教务管理系统，是课程的唯一标识，便于做课程标准等使用表中固定的课程编号。

（二）学时与学分分配

课程类别	课程门数	学分小计	学时分配		备 注
			学时小计	占总学时比例	
公共基础课程	28	74	1072	38.56%	其中选修课程 472 学时，占总学时 16.98%
专业（技能）课程	26	92	1708	61.44%	
总学时数为 2780，其中理论教学学时数为 1256，占总学时比例为 45.17%，实践性教学学时数为 1524，占总学时比例为 54.83%。					

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1.队伍结构

本专业生师比不高于 18:1,专业带头人具有较高的教学、科研水平和技术服务能力，教师队伍结构优化，梯队合理，素质优良。高级职称比例≥35%，35 岁（含）以下青年教师中研究生学历或硕士及以上学位比例≥90%。专业基础课和专业课中双师素质教师比例≥90%，专兼职教师比例达 1:1，专任专业课教师中具有企业生产一线工作经历（含企业挂职锻炼累计 2 年及以上）的达 40%。

2.专业带头人

（1）专业带头人具有副教授以上职称，研究生以上学历，对专业和市场有一定的认知和了解；

（2）较强的市场营销专业发展把握能力：把握专业发展动态，熟悉数字营销行业动态变化，能带领团队科学调研、制订人才培养方案，打造专业品牌。

（3）扎实的课程建设能力：能承担 2～3 门核心课程教学，至少主持 1 门校级精品课程或资源库课程，能带领团队完成课程开发、课程标准制定等工作；

（4）综合的科研服务能力：在科研开发、技术应用服务等方面起到表率作用；主持或参与省部级科研课题研究，为企业解决技术难题。

（5）综合的师资队伍建设能力：能够根据教师各自的主要研究方向和特点，开展分层分类培养，带领团队发展，全面负责双师队伍建设。

3.专任教师

专任教师原则上应具有本科学历，讲师职称，具有高校教师资格和本专业领域有关中级以上证书等，具有爱岗敬业精神、精益求精不断在专业上创新进取的精神、良好的心理素质，掌握市场营销、企业管理等市场营销专业相关理论知识，具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。

4.兼职教师

本科以上学历，中级以上职称，为企业行业的一线营销骨干，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有丰富实践经验，具有较高的专业素养和职业能力，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

表 9　师资配置与要求

序号	能力结构要求	专任教师		兼职教师	
		数量	要求	数量	要求
1	双师素质教师	6	从事市场营销专业教学三年以上	3	熟悉高职教学基本要求
2	熟悉企业工作程序，具有丰富的实践经验	2	在行业从业 3 年以上	1	来自行业或企业一线
3	实训指导教师	2	有营销师高级证	1	从业 5 年以上经验
4	企业运营能力	1	有相关的理论知识	1	有成功运营的案例
5	市场分析和督导能力	1	对市场分析有一定的理论方法	1	市场一线工作 2 年以上
6	市场策划能力	1	有策划师相关证书	1	在企业从事策划工作2年以上

（二）教学设施

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室

校内实践教学条件按照完成专业学习领域核心课程的学习情境教学要求配置，每个场地满足一次性容纳 50 名学生进行基于行动导向的理论实践一体化教学的需要。

表 10　校内实训室

序号	实训室名称	主要工具与设备名称	班均台套数	实训课程	实训项目
1	商务谈判室	会议圆桌及配套椅子若干，投影仪、空调	50	商务谈判 大客户营销实训	商务谈判实训 大客户营销实训
2	产品推销实训室	产品实物若干、电脑、投影仪、空调	50	产品销售	产品推销实训
3	市场营销实训室	电脑、教师机 配套桌椅	50	市场调研与预测 广告创意实务 市场营销策划 市场营销综合技能 数字营销实训	市场调研实训 市场营销模拟实训 数字营销综合实训
4	电子商务直播实训室	直播设备、服装架、摄影器材、桌椅	5	新媒体营销	新媒体营销实训

3.校外实习实训基地

重点加强与湖南省内相关企业的友好合作，其中需要有从事数字营销工作的企业 3 家以上，跨境电商工作企业 1 家以上，拓展校外实训基地建设，保证学生产品销售、商务谈判、营销策划、数字营销等专业技能训练进一步延续和提升。预计需要建立校外实训基地约 20 个以上。

基地能稳定提供校外实训实习机会，能够提供销售、市场推广、品牌策划、新媒体策划运营等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

表 11　校外实践教学基地（部分）

序号	实训基地名称	容纳实习生数量	基地指导老师数量	实习岗位或实习任务
1	湖南大匠风建筑科技材料有限公司	15	2	销售助理等
2	湖南长河科技有限公司	8	4	市场部市场前端
3	湖南智诚化工集团	3	2	销售助理
4	中车株洲电机有限公司	4	4	销售助理 大客户营销等
5	株洲联诚集团有限责任公司	4	1	销售助理
6	中车株洲电力机车有限公司	3	1	销售助理
7	株洲中车时代电气股份有限公司	1	1	销售助理
8	株洲冶炼厂	5	1	销售助理等
9	株洲起重机厂	5	1	销售助理
10	湘火炬火花塞厂	10	1	销售助理
11	深圳富士康公司	24	1	销售助理

12	株洲千金药业有限公司	10	2	渠道助理
13	湖南快乐购物股份有限公司	10	2	网络营销
14	株洲市大视野有限公司	5	1	客户服务
15	中铁快运（株洲分公司）	8	2	单据汇总整理
16	步步高百货	18	2	销售市场
17	湖南新环境房地产经纪连锁有限公司	25	3	销售
18	北京链家房地产经纪有限公司长沙分公司	20	2	销售
19	武汉京东世纪贸易有限公司	10	1	数字营销
20	菜鸟网络有限责任公司	10	1	物流信息管理

（三）教学资源

1．教材选用基本要求

依据课程标准采用国家规划教材、自编特色教材和活页式讲义，广泛选用体现新技术、新规范等的高质量教材，引入典型案例。教材将职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位工作规程，以及结合职业技能证书考证组织教材内容。通过各岗位技能所包含的相关项目引入必须的理论知识和增加实践训练内容，强化理论在实践过程中的应用。活页式讲义内容体现先进性、地域性、实用性，将本专业新技术、新政策及时地纳入讲义，使教学内容更贴近本专业的发展和学生实际需要。

2．图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等；融入市场营销和数字营销行业企业发展的新制度、新法规、新业务、新做法的图书资料、电子资料等学习辅助性资源。

3．数字教学资源配置基本要求

优先选用中国大学MOOC、国家精品在线开放课程等国家职业教育专业教学资源库内资源，我院主持的校级财经商贸专业群课程资源及智课堂课程相关资源，形成定期更新，实时优化的丰富、优质线上资源。对部分课程利用教学资源平台，配备与营销专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等形成专业教学资源库，库内资源种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学需要，服务学生终身学习。

（四）教学方法

1. 树立正确教学理念。遵循高等职业教育的基本规律，牢固树立提高课堂教学质量是专业人才培养的根本任务之理念，积极开展教学改革研究，提高课程教学质量。

2. 实施灵活多元的教学模式。加快建设智能化教学支持环境，推广翻转课堂、混合式教学、工学交替、课证融合、课赛融合等各类教学方法的特性等新型教学模式，推动教学改革。

3. 科学合理地选择教学方法。对于课程的教学，教师可以结合学生和实际情况，选择适当的学习方法和途径。对所选择的教学方法进行优化组合和综合运用，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。鼓励教师采用项目教学、案例教学、情境教学等教学方式，广泛运用启发式、讨论式、参与式等教学方法，加强课堂教学管理，规范教学秩序，提升教学质量，打造优质课堂。注重将思政内容融入各类课程的教学中，积极培育和践行社会主义核心价值观。

4. 积极推进信息技术与教学有机融合。推动大数据、模拟沙盘等现代信息技术在教育教学中的广泛应用。

（五）学习评价

1. 评价主体

以教师评价为主，学生自评、同学互评为辅。广泛吸收就业单位、合作企业、会计主管部门、家长等参与学生质量评价，建立多方共同参与评价的开放式综合评价制度。

2. 评价方法

采取考试与考查相结合，笔试与面试评价相结合，统一考题与随机抽题相结合，试卷与作品评价相结合，过程与结果评价相结合，个人和团队评价相结合，单项与综合评价相结合，总结性与发展性评价相结合的多种评价方式。

3. 评价内容

思想品德与职业素养：依据学校制定的学生日常行为规范，制定思想品德评价方案与细则，计入相应课程与操行课程成绩；依据专业所面向的行业规范与岗位要求，制定职业素养评价方案与细则，把职业道德素养评价贯穿到教育教学全过程。

专业知识与技能：按照专业所面向的行业规范化要求，对照相应职业标准，

依据专业课程标准，针对学校专业教学特点，制定具体的专业知识与技能评价细则。引导学生参加各类专业技能等级证（职业资格）考试，鼓励学生积极参加社会实践与专业技能的各种比赛，从考证、比赛与社会实践的过程中接受行业与社会的评价。

科学文化知识与人文素养：依据教育部颁布的课程教学大纲、省教育厅颁布的公共课教学指导方案，制定公共课教学质量评价细则。积极探索人文素质综合测试的内容和方法。

（六）质量管理

建立健全学校、二级学院及教研室三级质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响专业教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理专业教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的专业质量管理有机整体。

1.建立专业教学质量诊断与改进机制

健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.强化教学工作中心地位

专业带头人为专业教学第一责任人，专业带头人和专业教师共同负责专业教育教学工作。恳请学校应加大对市场营销专业教学的投入和管理，确保专业教学有序运行，同时专业负责人要加强本专业建设总体设计，负责本专业教育教学与改革具体组织实施，确保专业人才培养质量。课程负责人负责课程标准的修订、课程教研教改等事宜。

3.教学管理组织机构与运行

按照学校管理机构，严格执行包括教学文件、教学过程、教学质量、教学研究、教学设施设备、图书及教材等各项管理制度，保证教学的顺利进行。

4.常规教学管理制度

遵循学院制订的包括教学组织管理制度、课堂教学管理制度、实践教学管理制度、顶岗实习与社会实践管理制度、学生学业成绩考核管理制度、教师教学工

作考核评价制度等。

5.实施性教学计划制订与执行

在本方案的基础上，不断加大调研力度制订实施性教学计划，根据区域产业结构特点，进一步明确具体的教学内容，科学设计训练项目，即对岗位核心能力课程标准进行二次开发。

6.教学档案收集与整理

按照学院相关制度，做好教学档案的收集与整理，为教学教研工作提供重要的教学信息资源。教学档案主要包括教学文书档案、教学业务档案、教师业务档案和学生学籍档案等。针对教学档案的收集、保管和利用做出规定，由专人负责管理，使教学档案管理制度化、规范化、信息化，能更好地为教学教研服务。

7.教育教学研究与改革

通过教研活动、教育教学课题研究、校企合作等途径，改革教学模式，创新教学环境、教学方式、教学手段，促进知识传授与生产实践的紧密衔接，增强教学的实践性、针对性和实效性，使人才培养对接用人需求、专业对接产业、课程对接岗位、教材对接技能，全面提高教育教学质量。

九、毕业要求

1.在学校规定年限内修满本专业人才培养方案规定的166学分；

2.毕业设计合格；

3.毕业顶岗实习合格；

4.符合学校学生学籍管理规定的相关要求。

十、附录

附件1 公共基础任选课程一览表

附件2 人才培养方案变更审批表

附件 1：公共基础任选课程一览表

类别	序号	课程代码	课程名称	学分	类别	序号	课程代码	课程名称	学分
[09020115]国学经典类	1	000002	国学智慧选修	2.0	社团活动类	10	240161	国贸协会(社团)	2.0
	2	00010017	中国古典小说鉴赏选修	2.0		11	240162	人力资源管理协会	2.0
	3	00010018	走近大诗人选修	2.0		12	240163	云计算协会(社团)	2.0
	4	00010019	中华诗词之美选修	2.0		13	240164	网络协会(社团)	2.0
	5	00010020	《论语》导读选修	2.0		14	240165	移动互联协会(社团)	2.0
[11010173]智能技术类	1	00010008	人工智能与信息社会选修	2.0		15	240166	计算机协会(社团)	2.0
	2	000006	人工智能 语言与伦理选修	2.0		16	240167	动漫设计协会(社团)	2.0
	3	000007	机器的征途：空天科技选修	2.0		17	240168	青年志愿者协会(社团)	2.0
	4	220026	智能文明选修	2.0		18	240169	天艺表演社(社团)	2.0
[34010027]人文设计类	1	000009	辩论修养选修	2.0		19	240170	汽摩协会(社团)	2.0
	2	000010	大学生魅力讲话实操选修	2.0		20	240171	礼仪协会(社团)	2.0
	3	00010007	情商与智慧人生选修	2.0		21	240172	清风书法社(社团)	2.0
	4	00010012	工匠精神选修	2.0		22	240173	演讲与口才协会(社团)	2.0
	5	220003	大学生爱情兵法选修	2.0		23	240174	炽热花火音乐社(社团)	2.0
[13050112]经济管理类	1	220005	形象管理选修	2.0		24	240175	中国舞协会(社团)	2.0
	2	00010013	管理素质与能力的五项修炼选修	2.0		25	240176	街舞协会(社团)	2.0
	3	00010016	时间管理选修	2.0		26	240177	交谊舞协会(社团)	2.0
	4	00010011	传统文化与现代经营管理选修	2.0		27	240178	大学生记者团(社团)	2.0
	5	220002	有效沟通技巧选修	2.0		28	240179	大学生创业协会(社团)	2.0
[34010026]艺术鉴赏类	1	00010010	礼行天下 仪见倾心选修	2.0		29	240180	摄影协会(社团)	2.0
	2	00010015	聆听心声：音乐审美心理分析选修	2.0		30	240181	图书馆义工社(社团)	2.0
	3	220007	音乐鉴赏选修	2.0		31	240182	心理协会(社团)	2.0
	4	220009	从草根到殿堂：流行音乐导论选修	2.0		32	240183	森林合唱团(社团)	2.0
[12020116]科学探索类	1	220012	生态文明——撑起美丽中国梦选修	2.0		33	240184	天海文学社(社团)	2.0
	2	220013	人文视野中的生态学选修	2.0		34	240185	潇湘国乐社(社团)	2.0
	3	220014	全球变化生态学选修	2.0		35	240186	棋艺社(社团)	2.0

类别	序号	课程代码	课程名称	学分	类别	序号	课程代码	课程名称	学分
	4	00010014	军事理论选修	2.0		36	240187	神龙武术协会(社团)	2.0
	5	220015	家园的治理：环境科学概论选修	2.0		37	240188	羽毛球协会(社团)	2.0
[10040150]信息素养类	1	220016	健康与健康能力选修	2.0		38	240189	毅炫风徒手健身协会(社团)	2.0
	2	220010	移动互联网时代的信息安全与防护	2.0		39	240190	竹韵汉服社(社团)	2.0
	3	220024	信息素养通识教程：数字化生存选修			40	240191	健美操协会(社团)	2.0
	4	220025	文献管理与信息分析选修			41	240192	跆拳道协会(社团)	2.0
[20010125]创新思维类	1	000008	创新创业选修	2.0		42	240193	足球协会(社团)	2.0
	2	000012	脑洞大开背后的创新思维选修	2.0		43	240194	乒乓球协会(社团)	2.0
	3	000013	精益——大学生创新与创业选修	2.0		44	240195	三维数字化创新设计与制造协会(社团)	2.0
	4	220008	创意思维与设计选修	2.0		45	240196	无人驾驶与智能控制大学生协会(社团)	2.0
	5	000003	创新、发明与专利实务选修	2.0		46	240197	新能源汽车技术协会(社团)	2.0
	6	000004	网络创意理论与实践选修	2.0		47	240198	手工艺协会(社团)	2.0
[24020027]社团活动类	1	240151	汽车电子技术协会(社团)	2.0		48	240199	民俗社(社团)	2.0
	2	240152	赛车协会(社团)	2.0		49	240200	大数据技术与应用协会(社团)	2.0
	3	240153	汽车营销与服务协会(社团)	2.0		50	240219	篮球协会(社团)	2.0
	4	240154	机电一体化协会(社团)	2.0		51	240223	军事爱好者协会(社团)	2.0
	5	240155	数控协会(社团)	2.0		52	240224	国旗护卫队（社团）	2.0
	6	240156	工业机器人协会(社团)	2.0		53	240225	汽车保养协会（社团）	2.0
	7	240158	会计协会(社团)	2.0					
	8	240159	商务英语协会(社团)	2.0					
	9	240160	电子商务协会(社团)	2.0					

附件 2

湖南汽车工程职业学院人才培养方案变更审批表

_____年至_____年（春、秋）季_____学院_____专业_____年级

		课程类别	课程代号	课程名称	总学时	周学时	开课周数	开课教研室	变更意见（取消、修改、增加）
教学计划调整或变更	原教学计划								
	调整后计划								

教学计划调整、变更原因简要说明：

专业负责人签名（章）：

年　月　日

二级学院意见：

二级学院院长签名（盖章）：

年　月　日

专业建设指导委员会意见：   签名： 年　月　日
教务处意见：   签名： 年　月　日
教学副校长意见：   签名： 年　月　日

注：

1．凡课程的增减和更换、课程的学分和学时调整以及课程（含实践教学环节）开出学期的调整，均需填写此表 。

2．在提交《湖南汽车工程职业学院调整教学计划申请表》同时，必须附上修改、调整教学计划的书面报告（含更改原因调查报告）。此表一式两份，一份系部，一份存教务处。

3．课程代码以教务管理系统中查询代码为准。